

VERN'UM

Godina 9. | Studeni | 2017.

Newsletter Veleučilišta VERN'

**OSNOVANO
SVEUČILIŠTE
VERN'!**

Sinergija znanosti i struke

**„NOĆ ZNANJA“
NA VERN'U**

Interview s Brankom Štefanovićem

**SVEUČILIŠTE VERN'
UNIJET ĆE DINAMIKU
U CIJELU DRUŠTVENU
ZAJEDNICU**

**Fenomen
Fake News**

Lažne vijesti, alternativne
činjenice i postčinjenična era

**TRANSMEDIA
STORYTELLING**

Kako osmisлити novu
Igru prijestolja

PO PRVI PUT u Hrvatskoj
University Business Forum na Visu

**ALUMNI
EDITION**

06 OSNOVANO
SVEUČILIŠTE
VERN'



08 PRENOSIMO
INTERVIEW
S BRANKOM
ŠTEFANOVIĆEM

„Sveučilište VERN'
unijet će dinamiku
u cijelu društvenu
zajednicu“



2 10 UNIVERSITY
BUSINESS
FORUM

Forum Europske
komisije o povezivanju
obrazovanja i rada u
VERN'ovom centru na Visu



12 KOJA JE VEZA
HBO-ve SERIJE
I NOVOG
VERN'ova
STUDIJA

Kako osmisлити
novu Igru prijestolja?



18 PRVA „NOĆ ZNANJA“
NA VERN'u

Sinergija znanosti i struke



20 FENOMEN
FAKE NEWS

Lažne vijesti,
alternativne činjenice
i postčinjenična era



04 BLIC VIJESTI



04 UVODNIK

Dobre prakse



06 OSNOVANO SVEUČILIŠTE VERN'

08 PRENOSIMO INTERVIEW S PORTALA

SREDNJA.HR

Branko Štefanović:
„Sveučilište VERN'
unijet će dinamiku u
cijelu društvenu zajednicu“

10 UNIVERSITY
BUSINESS FORUM
Forum Europske komisije o
povezivanju obrazovanja
i rada u VERN'ovom
centru na Visu

12 KOJA JE
VEZA HBO-ve SERIJE I
NOVOGA VERN'ova STUDIJA
Kako osmisliti novu
Igru prijestolja?

14 ALUMNI STORIES

Impresario s VERN'a



16 CJELOŽIVOTNO OBRAZOVANJE

Profesija - turistički vodič



18 PRVA „NOĆ ZNANJA“

Sinergija znanosti i struke

20 FENOMEN FAKE NEWS

Lažne vijesti, alternativne činjenice
i postčinjenična era

22 MEĐUNARODNA ZNAN- STVENA KONFERENCIJA

Mediterranean Islands
Conference Vol. 2



23 ZNANSTVENI ČASOPIS

Suvremene teme/Contemporary
Issues



IMPRESUM

3

Nakladnik:
Grupa VERN d.o.o.
Trg bana Josipa Jelačića 3
10 000 Zagreb

Za nakladnika:
Branko Štefanović

Urednik:
Tomislav Štuka

Urednički kolegij:
Vanja Koljan, Marija
Slijepčević, Kristijan Pakšec

Fotografije:
Petar Vučetić, Shutterstock,
Thinkstock, HBO Adria
i ostali

Vizualno oblikovanje:
Nataša Hrust

Tisak:
Kerschhoffset



STUDENTI FILMA SUDJELOVALI U REALIZACIJI AVANTURA FILM FESTIVALA

Studenti VERN'ova studija **Filmskog, televizijskog i multimedijskog oblikovanja** sudjelovali su ljetos u realizaciji međunarodnog „Avventura Film Festivala“ (AFF) na otoku Visu i napravili tako prve korake u okruženju koje će jednoga dana biti sastavni dio njihovih profesionalnih karijera. Prvi je to hrvatski festival s fokusom na europske koprodukcije, koji se pod vodstvom pokretača i direktora **Sergeja Stanojkovskog** održava već osmi put, uz tradicionalnu suradnju s HAVC-om, a ove godine, i s VERN'ovim sveučilišnim centrom na Visu.

8. AFF uveličali su mnogi međunarodni i domaći filmski umjetnici među kojima su bili britanski redatelj **Peter Webber**, kolumbijski direktor fotografije **Paulo Perez**, mađarski producent i redatelj **Balasz Jusz**, britanski redatelj **Adam Smith**, direktor Sofija Film Festivala **Stefan Kitanov**, producentica **Uljana Kim** i redatelj **Kristijonas Vildziunas** iz Litve, njemačke redateljice **Maria Henge** i **Lena Geller**, španjolski redatelj **Marc Crehuet**, makedonski producent **Tomi Salkovski**, glavni selektor filmskog festivala u Cannesu Christian Jeune te mnogi drugi.

Neki od njih predstavili su i svoje filmove, a naši studenti su imali jedinstvenu priliku sudjelovati na masterclassovima redatelja Petera Webbera i scenarista **Nicholasa Martina**, snimati intervjue s velikanima globalne filmske scene, surađivati s HRT-om na pripremi sadržaja za emitiranje i tako iskusiti posao medijskih djelatnika te sudjelovati u popratnim festivalskim događanjima. U konačnici, naših je sedam studenata-volontera obogatilo već tradicionalno dobar festival svojim entuzijazmom i radom, a nakon dobro odrađenog posla, ovo im zasigurno neće biti posljednji ovakav angažman. Štoviše, nakon četiri dana napornog rada, već su pripremili nove ideje i isplanirali angažman za sljedeće izdanje AFF-a.



DIPLOMATSKO-GOSPODARSKO IZASLANSTVO AUSTRIJE U POSJETU VERN'OVIM IT I TEHNIČKIM STUDIJIMA

Predstavnici Veleposlanstva Republike Austrije u Republici Hrvatskoj i uspješnih austrijskih tvrtki, posjetili su VERN' i upoznali se s IT i tehničkim studijima koje VERN' izvodi na preddiplomskoj i diplomskoj razini. Austrijsko izaslanstvo u sastavu **Thomas Leitner** (AviBit GmbH - ADB Safegate Graz), **Wolfgang Bräu** (Auris IT Consult GmbH), **Clemens Kaposi** i **Edin Ibrahim** (HAS TO BE GmbH), **Andrea Weiner** i **Aleksandar Savanović** (STRABAG AG), **Barbara Stampf** (dr. Barbara Stampf Personalmanagement) te **Igor Crnković** (Austrijski ured za vanjsku trgovinu), održalo je neformalni susret s našim predstavnicima **mr. sc. Višnjom Grozdanić**, prodekanicom za studije, **Ivanom Vrhovskij**, voditeljicom Odjela za razvoj karijera, **mr. sc. Ivom Berošem**, voditeljem studija Poslovne informatike, **dr. sc. Željkom Dobrovićem**, voditeljem studija IT menadžmenta, **dr. sc. Tamarom Hadjinom**, voditeljicom studija Tehničkog menadžmenta te **Draženom i Zdravkom Patekarom**, autorima programa VERN'ova sveučilišnog studija Interneta stvari. Nakon predstavljanja studija, predstavnici austrijskih tvrtki interesirali su se o raspoloživosti VERN'ovih studenata i diplomanata u kontekstu budućih zapošljavanja te su obišli akademske prostore VERN'a i predavaonice za informatičke kolegije.



GOSTOVANJE MARVELOVA STRIP-CRTAČA I ILUSTRATOR ENISA ČIŠIĆA

Enis Čišić, sarajevski strip-crtičar i ilustrator najveće izdavačke kuće za stripove Marvel Comics, sredinom listopada posjetio je VERN' i održao gostujuće predavanje kako bi mlade kreativce potaknuo da ne odustaju od svojih snova. Dobrodošlicu mu je poželio profesor Vicko Krampus, voditelj VERN'ove Katedre za jezike i kulturu, a gostovanje je organizirao VERN'ov alumni **Mario Levarda**. Sarajevski je umjetnik tijekom predavanja ukratko ispričao svoj životni put, od skromnog djetinjstva u Sarajevu, do suradnje s najvećim svjetskim strip izdavačem Marvel Comicsom. Referirao se na poznate domaće i strane autore iz svijeta stripa, koji su utjecali na njegovo umjetničko stvaralaštvo poput Igora Kordeja, Mirka Ilića, Boba Živkovića, Johna Buscema, Moebiusa, Chrisa Fossa... Istaknuo je kako su mu glavni izvori iz kojih crpi svoje ideje televizija, film i popularna kultura 80-ih godina prošloga stoljeća. „Bitno je iskustvo i rad na sebi. Imajte snove i radite na tome da ih pratite. Slušajte ljude koji su bolji od vas. Okružite se ljudima koji su bolji od vas u onome što radite, jer imaju više iskustva i znanja“, poručio je Enis studentima. Njegov karijerni uzlet dogodio se prije tri godine kada je počeo raditi na svom Marvelovu prvijencu „Original Sin Annual“, čiji scenarij potpisuje renomirani crtač i scenarist Jason Latour. U međuvremenu je ilustrirao mnoge poznate superheroje kao što su Spiderman, Kapetan Amerika, Ironman i mnogi drugi. Ipak, unatoč svjetskom uspjehu, Enis Čišić i danas živi i radi u Sarajevu, gdje na Američkom univerzitetu predaje 3D crtanje i animaciju, ponajviše kako bi mladim naraštajima prenosio svoje bogato znanje i iskustvo. (Iva Vasilj)



Piše: prof. dr. sc. Vlatko Cvrtila, dekan VERN'a

..... UVODNIK

DOBRE PRAKSE

U novu akademsku godinu ušli smo bogatiji za novu ustanovu unutar naše obrazovne grupacije - **Sveučilište VERN'**. Osnutkom sveučilišta otpočelo je novo razdoblje u djelovanju VERN'a kao akademske ustanove, koja će u svom punom formatu zaživjeti u akademskoj godini 2019., kada će s izvođenjem početi i novi VERN'ovi sveučilišni studiji. Ovu akademsku godinu, kao i nekoliko sljedećih, obilježit će i početak intenzivne suradnje sa Sveučilištem u Rijeci i riječkim Ekonomskim fakultetom kao mentorskim ustanovama, čiji smo program Poslovne ekonomije počeli zajednički izvoditi na preddiplomskoj sveučilišnoj razini.

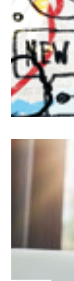
S obzirom na ukupnu situaciju u visokom obrazovanju u Republici Hrvatskoj, osnivanjem sveučilišta postignut je veliki uspjeh, jer je proces osnivanja nove akademske ustanove toga ranga uvijek bio i još uvijek jest veliki izazov. Kao i mnogo puta do sada, u procesu inicijalne akreditacije pokazali smo kako raspoložemo iskustvom i znanjem za savladavanje brojnih prepreka koje su pratile ovaj proces. I uopće ne sumnjam da ćemo uspješno izgraditi cijenjenu i prepoznatljivu novu ustanovu te da ćemo i dalje pomicati granice primjenom inovativnih pristupa u visokom obrazovanju razvojem četvrte generacije sveučilišta.

U posljednjih nekoliko mjeseci vrlo uspješno smo po prvi put u Hrvatskoj organizirali **University Business Forum**, važnu platformu Europske komisije

za realizaciju strategija i politika u području obrazovanja i povećavanja zapošljivosti mladih. Forum je 19. i 20. listopada na Visu, u prostorima VERN' Island School, okupio stručnjake iz akademskog i poslovnog sektora te studente iz devet različitih zemalja (Njemačke, Grčke, Francuske, Nizozemske, Belgije, SAD-a, Slovačke, Irske i Hrvatske). Organiziran je u suradnji sa Sveučilištem u Rijeci, Sveučilištem u Splitu, Hrvatskom udrugom poslodavaca i uz podršku Ministarstva znanosti i obrazovanja te Ministarstva rada i mirovinskog sustava. Svi sadržaji tematskog foruma pod nazivom „Learning by earning - first steps to (self)employment“ bili su usmjereni razmatranju strategija za postizanje veće zapošljivosti i samozapošljivosti mladih, odnosno smanjenju njihove nezaposlenosti.

Kako bi realizirali neke od spomenutih strategija, brojne akademske ustanove u Europskoj uniji, među njima i VERN' kao pionir takvog pristupa u hrvatskom visokom obrazovanju, ugradila su u svoje studijske programe obaveznu praksu i suradnju s poslovnim sektorom. Neke države razvijaju i dualne studije u kojima su studenti tijekom svojeg studija zaposleni u nekoj tvrtki koja ih šalje na studij i osigurava im radno mjesto po njegovu završetku. Nekad ustanove visokog obrazovanja nisu vodile brigu o tome što će se događati sa studentima nakon završetka studija, niti su studijske programe

prilagođavale potrebama na tržištu rada. U današnjem svijetu povećane akademizacije brojnih kompetencija, to više nije moguće i obrazovne ustanove moraju preuzeti svoju odgovornost da studijski programi osiguravaju potrebna znanja i vještine za što bržu zapošljivost mladih, te da im, kroz programe cjeloživotnog učenja, uvijek pružaju nove sadržaje kako bi bili što konkurentniji na tržištu rada. Prošlogodišnjim projektom i konferencijom **OBRAD** predstavili smo se kao jedni od glavnih inicijatora promjena u približavanju obrazovnog sektora i tržišta rada, a ovogodišnjim University Business Forumom pokazali smo da nastavljamo s našim inicijativama kojima želimo potaknuti promjene u području visokog obrazovanja, u skladu s pozitivnim praksama i ishodima sličnih inicijativa u Europskoj uniji. Neki od primjera dobre prakse s drugih sveučilišta u EU-u već su implementirani u naše studijske programe s radi postizanja još veće prepoznatljivosti naših studenata po njihovim kompetencijama i sposobnostima te mogućnosti da brzo pronalaze prvo radno mjesto. Trenutno sudjelujemo i u nekoliko Erasmus projekata kojima, s našim europskim partnerima, razvijamo nove modele povezivanja obrazovanja i poslovnog sektora, koji će našim studentima osiguravati potrebna znanja i vještine, ali i praksu tijekom studija u realnom poslovnom okruženju u Hrvatskoj i Europskoj uniji.



..... Sveučilište četvrte generacije



Osnovano Sveučilište VERN'

Nakon pozitivnog mišljenja međunarodnoga stručnog povjerenstva i inicijalne akreditacijske preporuke Agencije za visoko obrazovanje, Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH izdalo je u srpnju ove godine suglasnost za osnivanje **Sveučilišta VERN'**. Na temelju spomenute odluke Ministarstva, tijekom ljeta, osnovano je i Sveučilište VERN', čime je razvoj privatnoga visokog obrazovanja u Hrvatskoj ušao u jednu potpuno novu kvalitativnu fazu.

6

Kao što smo već najavili u prethodnim brojevima VERN'uma, nakon dovršetka tranzicijskog razdoblja u kojemu će se na VERN'u, u suradnji s Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Rijeci, izvoditi mentorirani preddiplomski sveučilišni studij Poslovne ekonomije, Sveučilište VERN' će u skladu sa svojim strateškim planovima započeti s izvođenjem novih sveučilišnih preddiplomskih studija u tri područja - društvenom, tehničkom i umjetničkom.

Tijekom procesa inicijalne akreditacije, koji je po prvi put proveden prema bitno zahtjevnijoj proceduri, akademski kapaciteti budućeg sveučilišta zadovoljili su visoke kriterije stručnog povjerenstva, dok su novi VERN'ovi sveučilišni studiji dobili pohvale za inovativan pristup.

Novi sveučilišni studiji - **Cyber komunikacije i mrežne znanosti, Internet stvari i Transmedijska dramaturgija** - koncipirani su kao inovativni inter-

disciplinarni programi, utemeljeni na najsuvremenijim svjetskim praksama unutar svojih znanstvenih područja te su u ovom trenutku potpuno unikatni na hrvatskom akademskom tržištu. Ujedno, novi studijski programi bit će u potpunosti komplementarni s već postojećim VERN'ovim stručnim studijima te će u interakciji s njima predstavljati značajan iskorak u znanstveno-istraživačkom smjeru.

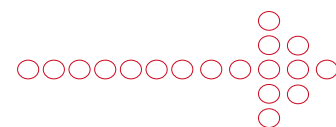
Strateška opredjeljenja novog sveučilišta pojasnio je **prof. dr. sc. Vlatko Cvrtila**, dekan Veleučilišta VERN' i privremeni rektor Sveučilišta VERN': „Globalizacija utječe na sve aspekte suvremenog života, pa tako i na obrazovanje. Većina postojećih obrazovnih modela nastajala je u 19. stoljeću kako bi masovno školovali radnike za poznata industrijska radna mjesta. Današnje obrazovanje s druge strane treba odgovoriti na izazove 21. stoljeća i osposobljavati ljude za život u globaliziranom svijetu koji se mijenja brže nego ikada prije. Mnoga istraživanja koja su provedena u okvirima sveučilišta, našla su svoju primjenu u svakodnevnom životu, a nastavak takvog pristupa činit će presudnu razliku između onih država koje ulažu u znanost i istraživanja, čime se postižu pretpostavke za gospodarski i ukupni razvoj zajednice, te onih koji će zaostajati upravo radi zanemarivanja znanosti i obrazovanja.

Naša je strateška orijentacija uspostava i razvoj inovativnog i poduzetničkog sveučilišta koje će pokrivati različita znanstvena i umjetnička područja, razvijati kapacitete za temeljna i primijenjena istraživanja, i koje će u društveni kontekst biti integrirano prije svega svojom akademskom izvrsnošću, poslovnom uspješnošću i društvenom odgovornošću.“

„Razvojem novih trendova u visokom obrazovanju, pojavio se i koncept „poduzetničkog sveučilišta“ koji podrazumijeva sveučilište koje koristi razne mehanizme za izravno iskorištavanje istraživačkih rezultata za dobrobit zajednice na lokalnoj i nacionalnoj razini. Takvo se sveučilište povezuje s poslovnim sektorom s kojim razmjenjuje istraživačka znanja, poslovna iskustva i zajednički utvrđuje



SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ Poslovna ekonomija



7

Početak tekuće akademske godine označio je i početak izvođenja sveučilišnoga preddiplomskog studija Poslovne ekonomije - smjer Međunarodno poslovanje, koji se na VERN' u izvodi u suradnji s Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Rijeci. Program studija poslovne ekonomije zasnovan je na pozitivnim iskustvima renomiranih europskih ekonomskih i poslovnih studijskih programa, čime je osigurana usporedivost studija s programima inozemnih visokih učilišta. Nastava se odvija prema nastavnom planu i programu koji uključuje značajan broj izbornih kolegija te sudjelovanje studenata u stručnoj praksi. Time je studentima omogućeno fleksibilno oblikovanje sadržaja, sukladno vlastitim sposobnostima i interesima. Uz redovite akademske sadržaje, studijski program dodatno osnažuje i povezanost studenata sa svjetskim iskustvima i hrvatskom gospodarskom praksom. Posebna je pozornost posvećena pripremi za bavljenje područjima nove ekonomije, informatičkih tehnologija i elektroničkog poslovanja, kojima je posvećen veći broj kolegija te raznovrsne primjene u gotovo svakom ekonomskom kolegiju na svim stupnjevima studija. U izvođenju studija sudjeluju domaći nastavnici te predavači sa stranih fakulteta i poznati stručnjaci iz gospodarstva i javne uprave. Po završetku studija studenti/ce će biti osposobljeni za neposredno zapošljavanje u gospodarstvu ili javnim poduzećima u različitim djelatnostima te u državnoj upravi za poslove iz područja ekonomije i poslovne ekonomije.

potrebe tržišta za visokoobrazovanim kadrovima. Dakako, to ne znači da je u drugi plan stavljena tradicionalna uloga sveučilišta (obrazovna i znanstvena) jer ona i dalje predstavlja *conditio sine qua non* sveučilišne misije.

Potrebe za promjenama europskih sveučilišta i njihova prilagođavanja okolini i trendovima, potiču sveučilišta na razvoj od neupitnog i jedinog „proizvođača znanja“, prema novim oblicima djelovanja u kojemu se fokus usmjerava prema stvaranju tehnoloških inovacija, temeljnih i primijenjenih znanstvenih istraživanja, te umrežavanju s poslovnim i drugim akterima unutar nacionalnih granica, ali i izvan njih. Cilj je stvoreno znanje u istraživanjima usmjeravati prema prijenosu znanja studentima (tradicionalna obrazovna funkcija), ali istodobno to isto znanje pretvarati u inovaciju,

te kroz suradnju s poslovnim sektorom jačati regionalne ili nacionalne gospodarske kapacitete (netradicionalna poduzetnička funkcija).“, pojašnjava profesor Cvrtila.

„Obrazovanje i istraživanje studentima trebaju omogućiti prije svega novi način kritičkog mišljenja kojim se razvijaju inovativnost i kreativnost, učinkovito rješavanje problema te samostalno donošenje odluka.

Studente treba osposobiti za nova sredstva rada koja zahtijevaju sposobnosti komunikacije i kolaboracije te vještine prepoznavanja i korištenja mogućnosti novih tehnologija. Istovremeno, obrazovanje i znanstvena istraživanja trebali bi stvarati sposobnost za stvaranje i razvoj u višedimenzionalnom svijetu svim građanima, učiniti ih svjesnim, aktivnim i društveno odgovornim pripadnicima zajednica u kojima žive i djeluju.

Obrazovanje i istraživanja postaju jedan od najvažnijih temelja ekonomskog i društvenog razvoja, a novi interdisciplinarni i multidisciplinarni pristupi znanstvenim istraživanjima trebali bi omogućiti pristup potrebnim znanjima i spoznajama.“, zaključuje dekan Cvrtila.

..... Intervju s portala srednja.hr

Branko Štefanović: Sveučilište VERN' unijet će dinamiku i korist za cijelu društvenu zajednicu

U ovom broju VERN'uma prenosimo najzanimljivije dijelove intervjua koji je predsjednik Upravnog vijeća VERN'a Branko Štefanović dao portalu srednja.hr.

Razgovarao: Marko Matijević, srednja.hr

8

Osnivač VERN'a Branko Štefanović je još u 90-ima pokrenuo prvi obrazovni Program usavršavanja za poslovno poduzetništvo namijenjen srednjoškolicima, a 2017. godine je uspio stvoriti Sveučilište VERN. Tri nova studija usmjerena prema novim tehnologijama studenti će moći upisivati za dvije godine, a to je bio povod da s njime pretrase teme od 90-ih do danas.

Što znači da VERN' postaje Sveučilište? Na vašim stranicama stoji da krećete u zajedničko izvođenje preddiplomskog sveučilišnog studija s Rijekom, a imate tri nova studija koji su jako interesantni. Zašto uopće idete u smjeru Sveučilišta, o tome se već dugo šuška?

VERN' već skoro 30 godina djeluje i razvija se u našem obrazovnom sustavu. Počeli smo sa stranim jezicima i informatikom, nastavili s jednogodišnjim programom usavršavanja za poduzetništvo, koji je uskoro postao naš prvi prijediplomski stručni studij. Od tridesetak polaznika narasli smo na preko 2000 aktivnih studenata sa 13 što preddiplomskih što diplomskih stručnih studija. U stručnoj visokoj naobrazbi dostigli smo, kako se kaže, plafon i stekli dragocjena iskustva, koja sad želimo koristiti u daljnjem razvoju i rastu. Sveučilište je u tom kontekstu logičan iskorak. Osim toga, smatram da će pojava Sveučilišta VERN' sa spomenutim iskustvom izrazito dinamičnog razvoja biti veoma korisna za društvenu zajednicu u

cjelini. Sustav sveučilišta u Hrvatskoj je uglavnom u državnim rukama. To je, uz časte iznimke, inertan sustav, ima veoma malo privatne inicijative koja sa sobom nosi dinamiku, a vremena jesu dinamična i zahtijevaju fleksibilnost i brze prilagodbe promjenama.

Što se sada događa sa Sveučilištem VERN', koji su sljedeći koraci?

Krećemo s izvođenjem mentoriranog sveučilišnoga preddiplomskog studija Poslovne ekonomije u suradnji sa Ekonomskim fakultetom Sveučilišta u Rijeci. Zakonska regulativa nalaže takav postupak. Dobili smo suglasnost Ministarstva da registriramo Sveučilište kao pravnu osobu na trgovačkom sudu i to je obavljeno - VERN' je sveučilište, to je gotova priča. Međutim u visokoobrazovnom sustavu nastavlja djelovati i kao veleučilište, sve dok ne završi postupak inicijalne akreditacije koji podrazumijeva izvođenje gore spomenutog mentoriranog studija.

To radite sa Sveučilištem u Rijeci, zašto?

Zaključili smo da je Sveučilište u Rijeci najbliže onome što smo mi u stručnoj visokoj naobrazbi i što ćemo postati i u sveučilišnoj - dinamično i fleksibilno, inovativno sveučilište koje će promptno, ne samo odgovarati na potrebe tržišta rada i društvenog razvoja, već će ih i anticipirati. Sveučilište u Rijeci i njihov Ekonomski fakultet su pravi izbor za mentoriranje tog procesa.

Kakva je ta procedura od dvije godine, to je jedna novost. Je li vam dobra? Mislite li da je dobro imati takve kriterije?

Nema presedana, VERN' je prvo i jedino sveučilište u Hrvatskoj osnivano u postupku koji u potpunosti slijedi postojeću, iznimno složenu zakonsku proceduru. I tek na kraju tog postupka vidjet će se koliko takva procedura ima smisla. Sad kad smo veliki dio postupka ostavili iza sebe, reklo bi se da ima. To je mukotrpan proces, ali bolje to, nego da nam sveučilišta počnu rasti kao gljive poslije kiše, na uštrb kvalitete, kako se dogodilo s visokim školama, svojevremeno kad su kriteriji bili labavi ili ih se zaobilazilo.

Sva tri programa, Cyber komunikacije i mrežne znanosti, Internet stvari i Transmedijska dramaturgija zvuče interesantne u odnosu na postojeći program, ne samo VERN'a, nego i šire, ali što zapravo nudite studentima kao ishod učenja? Gdje mogu pronaći posao?

Sva tri studijska programa, kao i sve naše dosadašnje studije, razvijali smo u suradnji s poslovnom zajednicom. Zbog toga ishodi učenja odgovaraju realnim potrebama tržišta rada, što jamči visoku zapošljivost završenim studentima, ali i jake temelje samozapošljivosti u okviru vlastitih poduzetničkih projekata.



Ima li VERN' snage i financija postati inkubator za mlade znanstvenike? Kao što ste rekli, javna sveučilišta su vrlo tromba, može li VERN' preuzeti tu ulogu u ovim inovativnim područjima koja daju dodatnu vrijednost?

Mi smo već kao veleučilište pokazali što možemo. Kako se danas u svijetu razvija visoko obrazovanje?

Nema razvoja bez snažnog uključivanja gospodarstva i u tome hrvatsko visoko obrazovanje najviše zaostaje za razvijenim zemljama. Ove jeseni VERN' doводи po prvi puta u Hrvatsku University Business Forum. To je najjači europski forum na temu suradnje sveučilišta s gospodarskim sektorom. Tu će biti prilike za razmjenu iskustava o tome kako ostvarivati suradnju s gospodarstvom koja se ne bi smjela fokusirati samo na financiranje znanosti, nego na postizanje sinergijskih učinaka putem zajedničkih projekata, uključivanjem raspoloživih sveučilišnih resursa, naročito studenata u, da tako kažem, živu praksu. Suradivali smo na raznim projektima s finskim sveučilištima Vaasa i Aalto, između ostalog i na razvoju našeg novog studija dizajna. Tamo se magistarski studiji odvijaju tako da grupe od po 5, 6 studenata prvu godinu studija odrade na živim projektima u uglednim tvrtkama diljem svijeta. Kada se vrate, to iskustvo obrađuju kao temu njihova magistarskog rada. Bez takvog pristupa, uz sudjelovanje gospodarstva, teško se danas može podržavati mlade znanstvenike. Na VERN' u već sada imamo na nekim diplomskim studijima - Upravljanja poslovnim komunikacijama, Održivog razvoja turizma i Poduzetničkog menadžmenta tzv. 'tvrtke partnere', poput primjerice Valamara, Ubera, Coca-Cole, RBA, UNICEF-a, koje su

mentori određenih kolegija, tako da naši studenti tijekom studija rade na njihovim pravim poslovnim projektima u realnom vremenu.

Gdje vi u svemu tome vidite VERN'? Imate strategiju razvoja VERN' 2020 napravljenu prije sedam godina. To je skoro pred vratima, slijedi li VERN' 2030?

Sve je pred vratima, mi smo do 2020. u Strategiji planirali postati sveučilište, a postali smo već 2017., a punim kapacitetom, s tri nova studija, krenut ćemo 2019. Dakle ispred rokova smo. Sada je na redu strategija razvoja Sveučilišta.

Što je VERN donio hrvatskom visokoobrazovnom sustavu?

Već sam dosta toga naveo između redaka, ali evo i taksativno. Ponajprije, donio je prvu privatnu investiciju u visoko obrazovanje, povukao druge i time dinamizirao sustav. Poduzetništva kao teme u visokom obrazovanju prije VERN'a nije bilo ni u tragovima, a mi smo ustrojili prvi trogodišnji studij Ekonomija poduzetništva i poduzetništvo kao temu provukli kroz sve naše studije. Prvi smo uveli tzv. soft skills kao značajan dio kurikula naših studija. Neki tadašnji akademski uglednici s podsmjehom su komentirali uvođenje jake informatičko-komunikacijske i jezične katedre i intenzivno učenje informatičkih i komunikacijskih vještina na našem studiju poduzetničke ekonomije. Kao, informatika i strani jezici neka se uče na tečajevima, a ne na visokim učilištima, osim ako se ne radi o fakultetima specijaliziranim za ta područja poput FER-a i Filozofskog fakulteta. Ne znam što bi danas isti rekli o tome.

Prvi smo uveli predmet hrvatski poslovni jezik budući da smo uvidjeli da imamo funkcionalno polupismene srednjoškolce, a ne smijemo dozvoliti da imamo i takve poslovne novake. Primijenili smo Bolonju odmah 2001., dok se ostatak sustava priključio tek 2005. i to na jedvite jade. Četiri godine prednosti u iskustvu primjene europskih bolonjskih principa, to vam je kao da na sto metara imate 30 metara fore. U organizacijskom smislu razdvojili smo akademske od poslovnih funkcija. Uz dekana ustanovili smo funkciju glavnog direktora visokog učilišta i na taj način oslobodili akademski djelokrug od poslovnih opterećenja kako bi se što uspješnije bavio akademskim razvojem. VERN' je prvi pokrenuo medijsku promociju i popularizaciju visokog obrazovanja; prvi oglasi u novinama, na radiju i televiziji koji su mlade poticali na visoko obrazovanje su bili VERN'ovi oglasi. Nadalje, interaktivnost i problemska orijentiranost kao dominantan oblik nastave u visokom obrazovanju bio je VERN'ova uspješna inovacija. Semestralno anketiranje studenata o zadovoljstvu studiranjem, kao obvezatni dio evaluacije nastave i nastavnika, također smo mi prvi primijenili. Međunarodna povjerenstva za internu akreditaciju naših studija ustanovili smo još 2001. godine. Tek 2005. ustanovljena je takva praksa za cjelokupni sustav. Osim toga, prvi smo uveli povezivanje s poslovnim sektorom, obvezatnu i intenzivnu studentsku praksu, uspješne tvrtke kao mentore pojedinih kolegija... Mnogo od nabrojenog primijenjeno je kasnije i na drugim visokim učilištima, ali VERN' je bio prvi.



..... University Business Forum Croatia✦

VERN' ugostio forum o povezivanju obrazovanja i tržišta rada na Visu

Hrvatska je 19. i 20. listopada po prvi put bila domaćin tematskog **University Business Forum**a, platforme Europske komisije za poticanje suradnje između obrazovanja i tržišta rada, koju Europska komisija od 2008. organizira bijenalno u Bruxellesu, dok međubijenalne tematske forume organizira u zemljama članicama EU-a.

Piše: **Iva Biondić**, prodekanica za strateški razvoj, organizacijska i programska direktorica University Business Forum Croatia

Dvodnevni događaj okupio je domaće i međunarodne predstavnike akademskog i poslovnog sektora te regulatornih tijela iz osam zemalja EU-a i SAD-a, a njihova zajednička poruka može se svesti pod zaključak kako su poticanje suradnje između visokih učilišta i gospodarstva, uvođenje modela obavezne studentske prakse i učenja uz rad, jednostavnija zakonska regulativa, ohrabrivanje studenata na pokretanje tvrtki, praćenje njihove zapošljivosti te razvoj osjećaja za socijalno poduzetništvo, ključni elementi za poticanje veće (samo)zapošljivosti i uspješnu integraciju studenata i mladih na tržište rada.

Kao pionir work-based poslovnog obrazovanja i visokoobrazovna institucija koja je prva u Hrvatskoj počela izvoditi studijske programe za poduzetništvo, VERN' je prije dvije godine pokrenuo projekt **OBRAD** jer smo na nacionalnoj razini htjeli osvijestiti nekoliko, po nama, bitnih činjenica: da je društvena odgovornost svih visokoobrazovnih ustanova da obrazuju kadrove u skladu s potrebama tržišta rada; da je odgovornost gospodarskih subjekata da te potrebe jasno artikuliraju i uključe se u aktivnu suradnju s obrazovnim institucijama; te da je odgovornost državnih institucija, pa i medija i neprofitnog sektora, da tu suradnju podržavaju i omogućavaju. Nakon prve konferencije OBRAD u

Zagrebu u lipnju 2016., ovaj „University Business Forum“ održan na Visu, nastavak je tih društveno odgovornih nastojanja da visokoobrazovne institucije produciraju zapošljive kadrove.

Stoga je tematski forum na Visu pod nazivom „**Learning by earning - first steps to (self)employment**“ te cijeli njegov sadržaj, teme i programski okvir, ponudio preporuke za rješavanje jednog od gorućih problema u cijeloj Europi - zapošljivosti mladih. Činjenica da su događaj koji su zajednički organizirali VERN' i Europska komisija, partnerski podržali i Hrvatska udruga poslodavaca, Sveučilište u Rijeci, Sveučilište u Splitu te sva resorna ministarstva, od znanosti i obrazovanja, do gospodarstva i poduzetništva te rada i mirovinskog sustava, jasno ukazuje da tema (samo)zapošljivosti mladih sve više postaje tema od javnog i institucionalnog značaja te da je se napokon počinje percipirati kao važan faktor gospodarskog napretka i društvenog blagostanja. Iz te se perspektive, učenje kroz rad, kao najbolja priprema mladih za (samo)zapošljavanje, nametnulo kao glavni lajtmotiv diskusija, analiza i radionica na održanom University Business Forumu, i to kroz sve njegove modele: od studentske prakse, pripravništva, posjeta tvrtkama i uključivanja gospodarstvenika u

nastavne procese, do suradnje fakulteta s uspješnim tvrtkama, itd. Na to su upozorili i neki od istaknutih sudionika konferencije poput **Petera Baura** iz Glavne uprave za obrazovanje i kulturu Europske komisije, zatim **dr. sc. Snježane Prijić-Samaržije**, rektorice Sveučilišta u Rijeci, **dr. sc. Marka Rosića**, prorektora Sveučilišta u Splitu, **prof. dr. sc. Vlatka Cvrtilje**, dekana VERN'a, **Ane Tecilizić Goršić**, voditeljice Službe za kvalitetu visokog obrazovanja u Ministarstvu znanosti i obrazovanja, **Vedrane Jelušić Kašić**, direktorice hrvatskog ureda EBRD-a, **dr. Doris Pack**, donedavne predsjednice Odbora za kulturu i obrazovanje Europskog parlamenta i predsjednice Savjeta VERN'a i mnogih drugih. Na ukupno održana tri panela i pet radionica te nekoliko sesija, domaći i međunarodni stručnjaci, ali i studenti, razmijenili su korisna iskustva i spoznaje o tome kako unaprijediti suradnju između obrazovanja i gospodarstva, odnosno tržišta rada te na koji način poticati produkciju visokoobrazovnih kadrova prema potrebama poslodavaca. Izdvojit ću ovdje neke od tih preporuka i saznanja:

- Veća uključenost poslodavaca u kreiranje kurikula, veća uključenost predavača iz realnog sektora u obrazovne procese, osiguravanje profesionalnih treninga s mentorima te, svaka-



ko, uključivanje studenata u procese realnog sektora među glavnim su preporukama pri uvođenju novih visoko-obrazovnih strategija.

- Veća uključenost u radne procese tijekom obrazovanja povećava stupanj zapošljivosti studenata i povećava šanse na tržištu rada, zbog čega je Ministarstvo znanosti i obrazovanja provelo i istraživanje trenutne razine uključenosti programa koji se temelje na iskustvu rada u visokom obrazovanju. Otkriveno je da udio programa temeljen na učenju kroz rad, na stručnim studijima iznosi 57%, dok je na sveučilišnim tek 53%. Također, udio učenja kroz rad nešto je zastupljeniji na privatnim visoko-obrazovnim institucijama nego na državnim sveučilištima.

- Istraživanje Agencije za znanost i visoko obrazovanje provedeno među studentima 2015./2016. akad. god. pokazuje kako je otvorenost i mobilnost studenata prema promjeni fakulteta, bez obzira na svjesnost o slabijoj mogućnosti zapošljavanja, izrazito mala. Samo 26% studenata nakon završenoga preddiplomskog studija odlazi raditi. Od ukupnog broj koji u tom trenutku odlazi na tržište rada, samo 45% zaposlenih radi u struci, od kojih je 6% njih samozaposleno.

- Proučavanjem obrazovnih sustava na europskoj razini The Science-to-Business Marketing Research Centre predstavio je i neke podatke za Hrvatsku. Među 17.431 promatrane europske visoko-obrazovne institucije, od kojih je njih 73 u Hrvatskoj, sastavljen je 51 primjer dobre prakse u okviru implementacije učenja kroz rad. VERN' i Sveučilište

Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku nacionalni su partneri istraživanja čiji će finalni rezultati biti prezentirani u Bruxellesu u prosincu ove godine.

- Organiziranje studentske prakse i provođenje korporativnih case study natjecanja najučestaliji su dosadašnji iskoraci prema većem angažmanu studenata u poslovnim procesima.

Jedan od učinkovitih alata za poticajne suradnje između poslovnog i obrazovnog sektora, a time i veće zapošljivosti studenata je organiziranje karijernih centara na visokim učilištima,

koji spajaju studente i poslodavce, provode radionice i pripremaju studente za intervjue s poslodavcima.

- Iskustva Erasmus+ programa pokazuju da trećina studenta koji su prošli kroz program, ostaju raditi (ili imaju ponudu) kod istog poslodavca kod kojega su bili na stručnoj praksi (u južnoj Europi svaki drugi), a nezaposlenost među polaznicima programa je čak 23% niža.

- Socijalne inovacije i poduzetništvo bitan su čimbenik razvoja i samozapošljivosti mladih na udaljenim područjima poput otoka pa su na jednoj radionici bili predstavljeni pro-

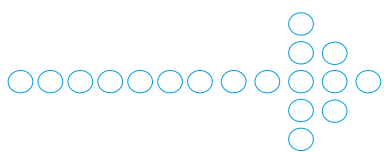
jekti iz Škotske, s Korzike i iz Komiže i Visa čime je odabir lokacije foruma dobio i programsku perspektivu.

- Imperativno je u sastavljanju nove visokoobrazovne strategije u Hrvatskoj, osloniti se na referentna istraživanja o zapošljivosti studenata koja su već ustaljena praksa u nekim državama EU-a. Tako npr. Austrija, Italija i Irska, kroz svoje centre za praćenje, provode ankete kojima ispituju zadovoljstvo studenata i poslodavaca trenutnim kurikulumom, zadovoljstvo stečenim znanjima i vještinama, odnos poslodavaca prema studentima i obratno, korisnost stručne prakse, itd., a ta im istraživanja služe i kao baza životopisa za regrutaciju budućih zaposlenika.

Svakako vrijedi istaknuti kako je više od stotinu sudionika tematskog University Business Foruma u Hrvatskoj bilo oduševljeno netipičnom lokacijom foruma - gradom Visom - za koji smo se odlučili u korist daljnjeg razvoja VERN'ove Otočke inicijative - projekta kojim nastojimo poticati gospodarske aktivnosti na otoku Visu izvan turističke sezone, integracijom edukativnog i akademskog sadržaja u razvoj zajednice. Drugi razlog za oduševljenje sudionika programom, lokacijom i gostoprimstvom, kao i razlog za brojne pohvale i Europskoj komisiji i VERN'u, jest organizacijski tim koji je uz VERN'ovu ekipu činilo i četvero naših studenata s preddiplomskog studija Odnosa s javnošću i studija medija - **Luka Boždar, Marin Mitrović, Ivana Schildenfeld i Laura Škugor**, kojima je ovo bila dragocjena prilika za učenje uz rad, kao i pokazatelj jednog od modela work-based učenja koje izvodimo na VERN'u.



..... Koja je veza HBO-ove uspješnice
i novoga VERN'ova sveučilišnog studija?



Kako osmisliti novu Igru prijestolja?

Dok je ovog ljeta predzadnja sezona najpopularnije HBO-ove serije rušila sve rekorde gledanosti i držala fanove diljem svijeta u napetom iščekivanju, pažnju ljudi od struke, osim sudbine Westerosa, više su od svega, intrigirale kreativne i poslovne strategije koje stoje iza ovoga i sličnih projekata industrije zabave.

Izvor fotografija iz „Game of Thrones“: HBO Adria

12

Transmedijski projekti poput Igre prijestolja, koji za pričanje priča koriste različite komunikacijske platforme (knjige, TV serije, filmove, kompjutorske i AR igre, web siteove, stripove, animirane filmove, reklame...), sve više postaju standardnim modelom proizvodnje i konzumacije sadržaja u novom mileniju. Jedna kompleksna priča - sve zamislive platforme. Tako se radi posao u 21. stoljeću.

TRANSMEDIJSKI STORYTELLING

Temeljna kreativna praksa na koju se oslanjaju ovakvi projekti naziva se transmedijskim storytellingom, odnosno pripovijedanjem. Ovaj uvjetno rečeno „holistički“ kreativni koncept na kojem će se temeljiti studij **Transmedijske dramaturgije** Sveučilišta VERN' u svojim je radovima posljednjih petnaestak godina inaugurirao, popularizirao i analitički opisao američki medijski teoretičar **Henry Jenkins** - od članka u MIT Technology Reviewu iz 2003. i kapitalne knjige „Convergence Culture“ o novim medijskim fenomenima, pa do članaka na svom blogu Confessions of an Aca-Fan i čitave serije zapaženih knjiga o popularnoj kulturi i medijima. U posljednjih desetak godina ovaj se koncept etablirao u akademskoj i poslovnoj zajednici o čemu svjedoči obimna teorijska literatura, ali i brojni kreatorско produkcijski priručnici za oblikovanje transmedijskih projekata te pokrenuti sveučilišni kolegiji i stručne radionice.

Koncept transmedijskog pripovijedanja bazira se na osmišljavanju i kreiranju priča čiji se integralni i međusobno nadopunjući elementi rasprostiru na različite komunikacijske platforme i kanale. Svaka medijska ekstenzija, unutar takvoga transmedijskog miksa razvija i obogaćuje osnovnu priču, gradeći sveobuhvatni narativni „svijet“ i jedinstveno korisničko iskustvo, otvarajući tako prostor za samostalno korisničko „uranjanje“ u priču i duboki afektivni angažman.

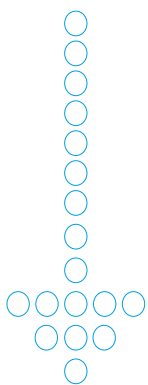
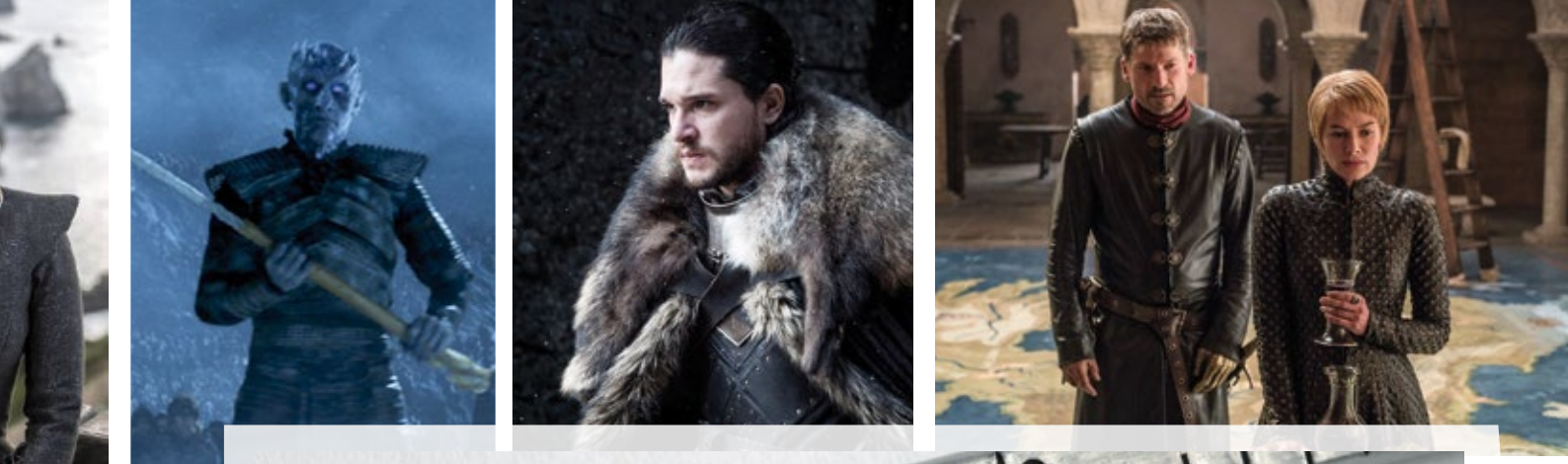
Ovakav tip pristupa kreiranju medijskih sadržaja u izravnoj je vezi s promjenama koje se posljednjih desetljeća zbivaju u društveno-medijskom okolišu i potrošačkim navikama i očekivanjima

- oblikovanju „hiperpotrošačkog“ senzibiliteta, dinamičnom razvoju informacijskih, mrežnih i digitalnih tehnologija, bujanju potrošnje raznovrsnih fikcionalnih sadržaja te porastu značaja participativne, „fanovske“ kulture. Upravo zbog emocionalnoga angažmana fanova i užitka koji nalaze u aktivnom sudjelovanju i sukreiranju svojih omiljenih narativa, industriji zabave otvaraju se brojne mogućnosti komunikacijskog korištenja njihovih strasti - svojim emocionalnim preporukama potrošači postaju ambasadori brendova, šire word-of-mouth preporuke kojima se najviše vjeruje i odrađuju besplatan publicitet kreativnim industrijama. O uspješnosti ovakvih poslovnih strategija zorno svjedoče i brojni fanovski (posebice fan fiction) siteovi koji postaju okupljališta fanovskih zajednica, razmjene narativnih iskustava i rođenja medijskih subkultura.

vanju i sukreiranju svojih omiljenih narativa, industriji zabave otvaraju se brojne mogućnosti komunikacijskog korištenja njihovih strasti - svojim emocionalnim preporukama potrošači postaju ambasadori brendova, šire word-of-mouth preporuke kojima se najviše vjeruje i odrađuju besplatan publicitet kreativnim industrijama. O uspješnosti ovakvih poslovnih strategija zorno svjedoče i brojni fanovski (posebice fan fiction) siteovi koji postaju okupljališta fanovskih zajednica, razmjene narativnih iskustava i rođenja medijskih subkultura.

SVIJET SEDAM KRALJEVSTAVA I TRANSMEDIJSKO PRIPOVIJEDANJE

Kreiranje i osmišljavanje kompleksnih priča i projekata poput sage o borbama i intrigama vladarskih kuća Westerosa, zahtijeva jedan sasvim novi profil kreativaca-dramaturga. Radi se o profilu kreativaca sa setom kompetencija koje kombiniraju široki spektar klasičnih i hibridnih dramaturških vještina s visokom razinom (trans)medijske pismenosti i strateške osviještenosti, kao i marketinških i medijsko-produkcijskih znanja. Riječ je o kreativcima koji će biti u stanju osmisliti temeljni narativni univerzum projekata poput „Igre prijestolja“, adaptirati književne predloške „Pjesme leda i vatre“ za audiovizualne medije i raspisati serijalni scenarijski predložak, ali i napisati riječi za songove poput „Rains of Castamere“, odabrati adekvatni muzički



stil za soundtrack serije, osmisliti interaktivnu role play ili stratešku igru, site ili TV emisiju s kulinarskim receptima s Westerosa i Essosa, religijsku mitologiju Sedam kraljevstava, elemente visokovalirijskog i dotrakijskog jezika, kreirati medijske buzzove i leakove, uključiti najuspjelije fan fiction elemente u kreiranje novih narativnih ekstenzija i mnogo toga drugoga te sve to skupa pametno marketinški i produkcijski zapakirati. Upravo takav pristup dramaturgiji bit će u središtu pozornosti novoga VERN'ova studija Transmedijske dramaturgije.

U fokusu studija bit će osposobljavanje za kreiranje transmedijskih priča, odnosno tipa priča na kojima se temelje današnji proizvodi kreativnih industrija.

Sam studij koncipiran je kao interdisciplinarni program koji integrira različite tipove kreativnih

dramaturških praksi i stručnih znanja, neophodnih za oblikovanje narativnih sadržaja te njihovo transmedijski i poslovno pismeno pozicioniranje unutar industrije zabave.

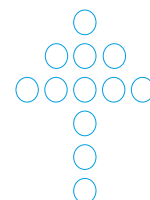
Kurikulum studija objedinjuje monomedijska, hibridna i transmedijska dramaturško-scenaristička znanja i vještine sa specifičnim medijskim i kulturološkim sadržajima. Ovi temeljni zanatski sadržaji kombinirani su s organizacijsko-produkcijskim vještinama i ekonomsko-pravnim spoznajama (marketing, financiranje i intelektualno vlasništvo), koje polaznicima studija omogućuju sveobuhvatnije razumijevanje profesionalnog, društvenog i gospodarskog konteksta industrije zabave i integralno shvaćenih kreativnih industrija.

Studij će osposobljavati studente za rad u sektorima filma, televizije, oglašavanja, interaktivnih kompjutorskih i video-igara, izvedbenih i vizualnih umjetnosti i to na sljedećim poslovima: scenarista i producenta raznovrsnih transmedijskih projekata; scenarista igranih, dokumentarnih, animiranih i namjenskih filmova; scenarista igranih i dokumentarnih serijala, TV emisija i različitih medijskih

sadržaja; scenarista kompjutorskih i video-igara; kreatora multimedijskih sadržaja za internet i društvene mreže; copywritera u reklamnim agencijama; dramaturških kreatora javnih događanja (eventi, festivali, skupovi) i sl.

U razvoj ovoga inovativnog sveučilišnog programa od samog se početka uključila i poslovna zajednica,

od producerskih kuća, televizija i proizvođača računalnih igara, pa do brojnih profesionalaca iz sektora kulturnih i kreativnih industrija, što je više nego pouzdan indikator trendova u struci i potreba za novom generacijom transmedijskih kreativaca.





..... Alumni Stories



Impresario s VERN'a

Nakon što je na VERN' u završio preddiplomski studij Ekonomije poduzetništva, a zatim i specijalistički diplomski studij Upravljanja poslovnim komunikacijama, naš se alumni **Mario Levarda**, slijedeći svoje afinitete, specijalizirao za promociju i menadžment u kulturi. Nedavno je upravo Mario na VERN' doveo Enesa Čišića, crtača globalno poznate izdavačke kuće za stripove Marvel Comics, a kako izgleda zanimanje marketingaša u umjetnosti otkrio nam je u intervjuu za VERN' um.

Razgovarao: Vanja Koljan

14

Možete li opisati vaš dosadašnji karijerni put, od kuda interes za marketing u kulturi i koliko dugo se time već bavite?

Umjetnost kao cjelina uvijek mi je bila privlačna vrsta djelatnosti. Moj prvi karijerni istup bio je upravo u pravcu menadžmenta u kulturi i to u Sarajevu, u sklopu ondašnjeg Muzeja suvremene umjetnosti - Ars Aevi. U sklopu te institucije, i najviše zahvaljujući generalnom direktoru gospodinu Enveru Hadžiomerspahiću, stekao sam iskustvo o tome što znači raditi u muzeju s vrlo oskudnim financijskim i logističkim uvjetima te kontinuirano producirati događaje na visokom nivou. Organizacija, disciplina, jasan cilj i vizija ključne su riječi kada egzistirate u takvim uvjetima. Moj sarajevski angažman započeo je 2012. godine i mogu istaknuti kako sam u periodu nešto manjem od godine dana uspio doći do pozicije asistenta ravnatelja muzeja. Po povratku u Zagreb radio sam kao član tima Festivala tolerancije te Muzeja za umjetnost i obrt i to u Odjelu za marketing i odnose s javnošću. Tada sam između ostalog sudjelovao u realizaciji izložbi kao što su: „Akvizicije“, „Staklo moje drugo tijelo“, „Transparentna ljepota“ i „Caravaggio: Večera u Emausu“. U vrijeme dok sam radio za MUO, paralelno sam samostalno organizirao, po prvi put u sklopu Arheološkog muzeja u Zagrebu, izložbu fotografija u sklopu projekta Culutreshutdown namijenjenu pomoći muzejima u Bosni i Hercegovini. Na-

kon nekoliko godina provedenih u realnom sektoru, u Sarajevu sam upoznao Marvelovog strip crtača Enisa Čišića i od tada surađujem s njim, zasad vrlo uspješno. Nakon što smo u Zagrebu realizirali Enisovovu izložbu stripa u travnju ove godine, sredinom listopada smo gostovali i na VERN' u, gdje je Enis studentima prenio dio svoga osobnog poslovnog i kreativnog iskustva. Bilo mi je iznimno zadovoljstvo kao VERN'ovom alumnju, dovesti umjetnika takvog kalibra na VERN' i ovom prilikom još jednom zahvaljujem svima na suradnji, a posebice profesoru Krampusu.

Po čemu je marketing u kulturi specifičan?

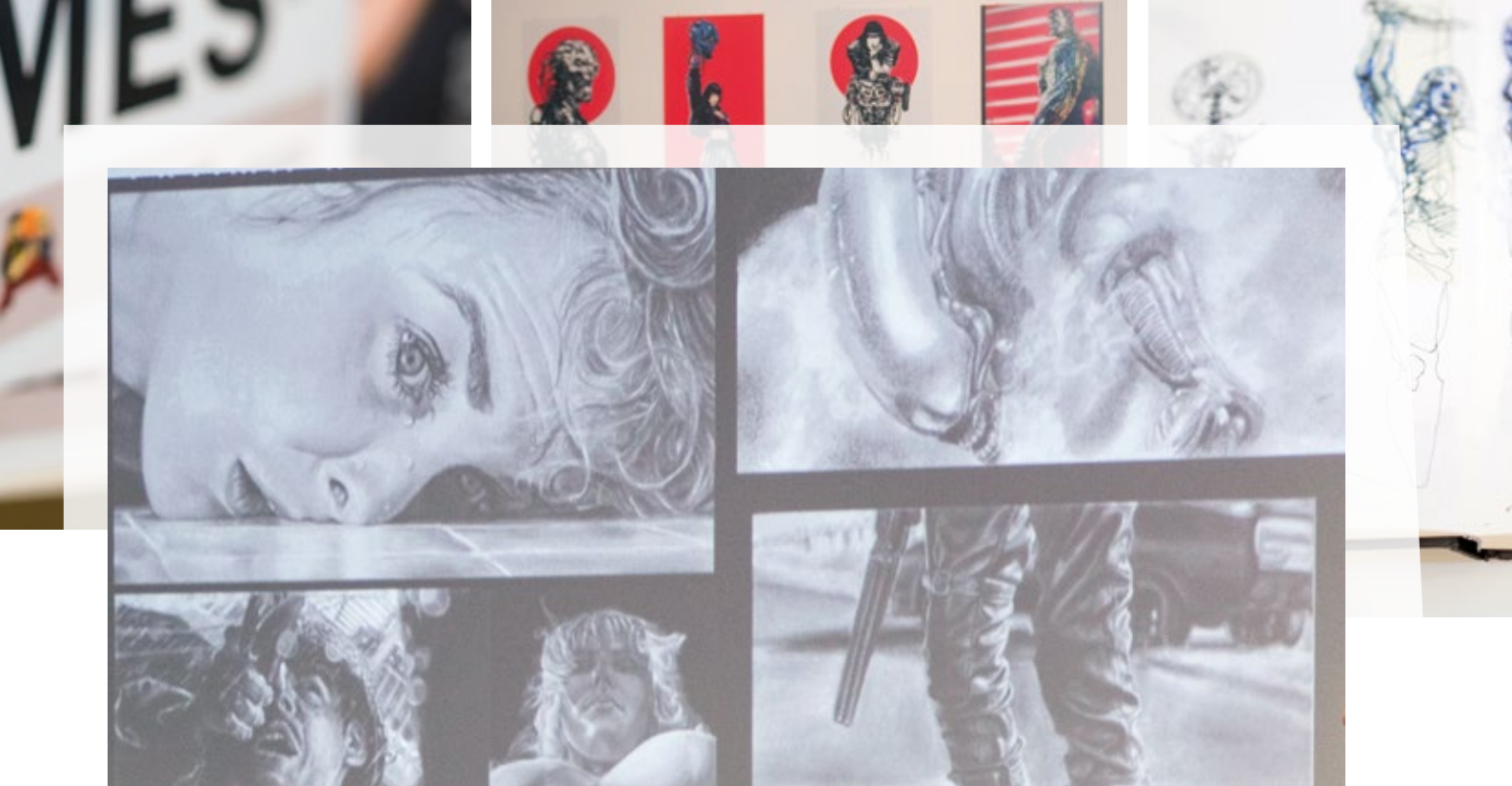
Marketing u kulturi, kao i menadžment u kulturi, prijeko su potrebne aktivnosti, a na našim meridijanima čak i više nego igdje drugdje u zapadnoj Europi ili SAD-u. Svima nama koji smo dio kulturnog sektora, potreban je pomak u svojevrsnom „mindsetu“, jer moramo postati svjesni da dodatnu vrijednost treba stvoriti, a ne je iznova reciklirati. I to je zapravo jedan od većih izazova. Drugi izazov je stvoriti adekvatnu platformu za razvoj umjetnosti, jer s propašću prošle države umjetnost nije prestala postojati, već ona i dalje cvijeta i potrebno joj je stvoriti platformu da to nastavi činiti i dalje. Često se zaboravlja da su vrhunski muzeji, galerije ili festivali vrhunski, s jedne strane zbog umjetnika, ali i jednako tako umješnih ljudi koji djeluju iza pozornice.

Na kojem vam je tipu događanja najdraže raditi, postoji li neki oblik umjetnosti oko kojega se dodatno želite angažirati?

Format događaja koji preferiram definitivno je organizacija izložbi. Organizacija kao oblik djelovanja mi je izuzetno zanimljiva te mi je zadovoljstvo promatrati kako sve stvari sjedaju na svoje mjesto, naravno ako je proces dobro posložen. Pored organizacije izložbi, zadnjih pet godina se aktivno bavim i filmskom kritikom. Svoj put filmskog kritičara započeo sam pišući još za bivši modni portal „M Corner“ i hrvatsko izdanje časopisa „Ljepota i zdravlje“. Osim toga, upravo sam nedavno pokrenuo i filmski blog pod nazivom „Film Guru“, koji će u skoroj budućnosti postati on line mjesto na kojem će se uz tekstualne recenzije moći pronaći i audio-vizualni sadržaji u formi filmskog podcasta, čija će glavna tema biti suvremeni hollywoodski film.

Možete li izdvojiti neke recentnije projekte na kojima ste radili te nekoliko projekata koji su vam posebno prirasli srcu - organizacije s kojima ste radili ili umjetnike?

Kao projekt koji bih istaknuo je izložba Frames, autora Enisa Čišića u Kulturno informativnom centru u travnju ove godine. Bilo mi je iznimno zadovoljstvo surađivati s Enisom na tom projektu te svakako moram pohvaliti i tehničare



KIC-a, kao i naše partnere, tvrtke A Nula, Coach4You i Exit Games. Kao projekt koji bi definitivno vrijedilo istaknuti je organizacija međunarodne izložbe „Fluidentiteti“ u Nacionalnoj galeriji Bosne i Hercegovine u Sarajevu. Izložba je održana pod pokroviteljstvom Muzeja suvremene umjetnosti u Sarajevu, a na njoj su bili predstavljeni neki od najreprezentativnijih radova suvremenih umjetnika koji su dio stalnog postava muzeja. Bilo je fascinantno raditi u dodiru s takvim entuzijazmom.

Kakve mogućnosti, ali i kakve izazove, za kulturu predstavlja daljnji razvoj tehnologija, iz perspektive konzumacije i interesa za kulturu?

Pojava društvenih mreža revolucionarni je događaj na području komunikacija i poslovanja. Neki kanali komunikacije koji su u prošlosti bili osnova komunikacijskog procesa danas su, jednostavno, zastarjeli. Facebook, Twitter, Instagram i druge mreže su u svakom poslovanju postali nužnost, pa tako i u kulturi. Rekao bih da kulturna industrija u cijelosti može biti sretna zbog pojave takvih oblika komunikacije i dodatnog razvoja tehnologije. I te promjene treba dodatno prigrbliti, a ne ih odbaciti. Naime, nešto što je u prošlosti bilo percipirano kao dosadno, pomoću suvremene tehnologije može biti predstavljeno kao cool i zabavno široj publici, posebice mlađim generacijama kao novim potencijalnim korisnicima. Naravno, takvim se

tehnologijama treba znati služiti kako bi se zacrtani ciljevi mogli ostvariti.

Budući da kulturna i kreativna industrija generiraju značajan dio prihoda u BDP-u Europske unije i jedan su od dinamičnijih gospodarskih sektora, što mislite kakve se perspektive otvaraju stručnjacima za promociju kulture?

Ono što se događa na kulturnoj sceni unutar zapadne Europe i SAD-a je nešto sasvim drugo u odnosi na situaciju u kulturi u Hrvatskoj i našoj bližoj regiji.

Naša kulturna mainstream scena jednostavno teško može egzistirati na takav, gotovo u potpunosti komercijalni način. No, ono čemu treba težiti je podrška novim naraštajima umjetnika, njihovoj promociji i poticanju dodatnog razvoja kulturnog menadžmenta. Edukacijom menadžera za djelovanje u tom specifičnom sektoru stvara se logistička baza za umjetnike. Osnivanjem privatnih galerija i muzeja, poput Muzeja prekinutih veza, obogaćuje se ne samo turistička ponuda, već se značajno doprinosi našoj prepoznatljivosti. Primjerice, otvaranjem Muzeja suvremene umjetnosti u Bilbao u španjolskoj pokrajini Baskiji, Bilbao se više nije percipiralo kao grad terorizma i negativnih vijesti, već je transformiran u grad pozitivnih kulturnih vibracija.

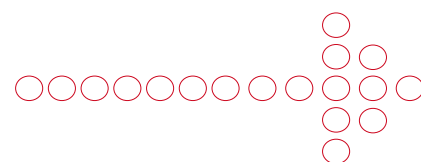
Kultura je sve i većina stvari može biti predstavljena kao kultura. Primjerice čevapi su postali neizostavnim dijelom

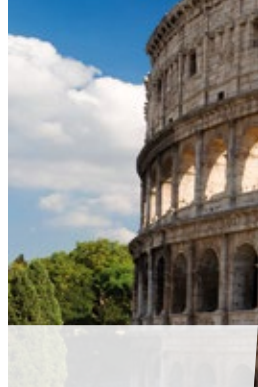
kulture u BiH i kao takvi su dio njezine simpatične prepoznatljivosti.

Stoga kulturu treba prestati promatrati kao teret državnog proračuna, već kao ogromni neiskorišteni potencijal za njegovo punjenje, a Hrvatska ga ima napretek.

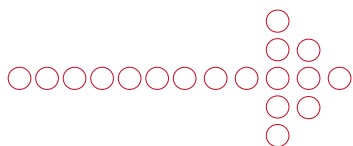
Prema vašem mišljenju, što čini dobrog stručnjaka za marketing u kulturi, koja znanja i vještine mora posjedovati, koliko i na koji način mora ulagati u svoj profesionalni razvoj?

Ono što čini dobrog stručnjaka za marketing i menadžment u kulturi jest neprestani entuzijazam, dobar smisao za organizaciju, koordinaciju, upravljanje ljudima i procesima. Komunikativnost i znanje stranih jezika također su važni, a značajan motivacijski faktor je raditi ono što voliš. Nažalost, velika većina ljudi to nema priliku, pa samim time i njihova efikasnost nije na visokoj razini. Pored motiviranosti, dobar stručnjak mora biti ustrajan u stjecanju dodatnih znanja i vještina. Što više zna o vlastitoj djelatnosti, to je lakše djelovati unutar nje. Vrlo je važno napomenuti da se tijekom organizacijskih procesa u kulturi reagira preventivno, a ne reaktivno. To znači da se neku kriznu situaciju ne smije čekati, već ju je potrebno predvidjeti i potom adekvatno reagirati.





..... Cjeloživotno obrazovanje



Profesija TURISTIČKI VODIČ

Uz akademske programe, istaknuto mjesto u obrazovnom portfoliju VERN'a zauzimaju i programi cjeloživotnog obrazovanja. Značaj i popularnost ovih programa sve više dolazi do izražaja s novim obrazovnim trendovima koji ističu važnost cjeloživotnog učenja za osobni razvoj i nadopunu bazičnim akademskim sadržajima. U ovom broju VERN'uma predstavljamo razmišljanja kolega i kolegica koji su na VERN'u završili neke od licenciranih programa za turističke vodiče.



Piše: Valentina Pankasz

Kada bi mogli, mnogi nikada ne bi prestali putovati. Upoznavanje novih kultura, okus avanture i prilika za opušteno druženje koje pruža posjet nekom nepoznatom mjestu, luksuz su koji si volimo priuštiti par puta godišnje. Za neke je on, pak, dio svakodnevice. Pustolovni duh i komunikativnost te poznavanje stranih jezika i strast za prenošenjem znanja ono su što je zajedničko ovim polaznicima VERN'ova programa za turističko vodiče. No, je li sve zaista tako bajno? I zašto baš turistički vodič?

Neven Kamenski, tridesetpetogodišnjak je iz Zagreba. Ideju za bavljenje poslom turističkog vodiča dobio je, ni manje ni više nego - od sestre. Taj posao mu se toliko svidio da je svoju licencu dobio već nakon dvije godine. Uzme li se u obzir da se poslom turističkog vodiča počeo baviti već s trinaest godina, može se reći kako je stekao iznimno bogato iskustvo. Do sada je surađivao s mnogobrojnim partnerima na različitim programima s različitim potrebama, od Turističke zajednice Grada Zagreba sve do high and tailor made programa. Njegov odgovor na pitanje koliko je edukacija važna za posao turističkog vodiča bio je vrlo jasan i jezgrovit: „Što više, to bolje!“. Iako je završio srednju turističku školu u Zagrebu, a nakon nje i diplomirao smjer marketing na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu,

odlučio se za dodatnu edukaciju. Tako je na VERN'u položio tečaj za Krapinsko-zagorsku županiju, gdje mu je kako kaže, osim zanimljivih predavača bila najkorisnija terenska nastava.

Da bi bio dobar vodič, smatra, osoba treba biti komunikativna, jasna i precizna u prenošenju svoga znanja te iznimno fleksibilna.

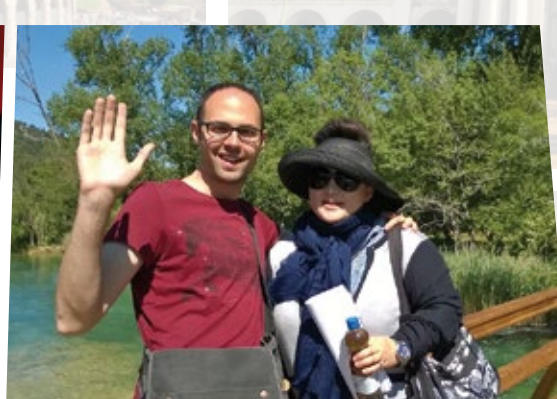
„Posao turističkog vodiča pruža određenu slobodu, ali isto tako svaki vodič mora biti spreman za rad vikendima i praznicima.

Kao što se prosječan radnik koji radi od 9 do 5, veseli vikendima, tako se mi veselimo zimi“, objašnjava nam Neven. Zašto baš turistički vodič? Upravo zbog te slobode, kaže.

Slične motive za bavljenje istim poslom imala je i **Antica Petrović**. Ona već pet godina ima svoj sezonski obrt turističkog vodiča. Prije četiri godine preselila se u Dubrovnik i tamo radi kao lokalni vodič iako često samostalno vodi ture po susjednim državama u gradove za koje ima licencu. Zanimljivo je, naime, da Antica govori japanski. Ona smatra da je važno vođenje prilagoditi gostima i njihovim interesima. Zbog toga razloga japanskim turistima voli

spomenuti poveznice između Japana i Hrvatske, kao i one da je Hrvatska otprilike jedan i pol puta veća od otoka Kyushu, da je grad Zagreb prijatelj s Kyotom te da je 1999. Miura Kazuyoshi igrao za Dinamo. Inače, Antica je jednako kao i Neven završila srednju turističku školu, dok je kasnije diplomirala fakultet za turizam. Ona se, kako kaže, oduvijek time željela baviti. Svoje je znanje također nadogradila na VERN'u, na programu za turističkog vodiča, s kojim je vrlo zadovoljna, pa je tako nakon završenog općeg i posebnog dijela za vodiča grada Zagreba, upisala i tečaj voditelja poslovnice.

Da bi bio dobar vodič, kako kaže Antica, on mora pored povijesne i kulturne baštine dobro poznavati aktualna događanja u gradu za koji je specijaliziran, radna vremena, cijene ulaznica muzeja i nekoliko odličnih restorana te mjesto za kupovinu unikatnih suvenirna. „Moram priznati da je karakter same osobe i njezino ponašanje ipak važniji od znanja kako bi gostu ostala lijepa uspomena na grad koji je posjetio. Svatko može imati loš dan, no gost osjeti kada se posao tek „odradi“. Svima koji se žele baviti poslom savjetovala bih, također, da nakon položenog tečaja ili dobitka licence za vodiča barem godinu dana rade u nekoj od turističkih agencija ne bi li stekli iskustvo, te tako dobivanje budućih angažmana učine lakšim i uspješnijim. Dok se stekne kvalitetno znanje i



Programi cjeloživotnog obrazovanja

Uz već postojeće programe cjeloživotnog obrazovanja koji se izvode na VERN'u (Eu Executive, Turistički vodič, Turistički animator i organizator događanja, Voditelj poslovnice i MBA program), u pripremi je i nekoliko novih programa poput centra za jezike, crowdfundinga, kreativnih tehnika generiranja poslovnih ideja, upravljanja obiteljskim poduzećima, izlaska na inozemna tržišta, pomoći poduzetnicima u poteškoćama i sl.

vodičko iskustvo, posao je vrlo stresan. Međutim, kada se to stekne, onda shvatite da imate jedno od najljepših zanimanja.", zaključuje Antica.

„Biti dobar vodič zahtijeva puno pripreme. Mnogi misle da je posao vodiča gotovo odmor: putuješ po svijetu, tu i tamo nešto kažeš, prijaviš ljude u hotel i „noge u zrak“. No realnost je puno drugačija.“, priča nam **Borna Bradač**, tridesetjednogodišnji Zagrepčani koji smatra da je za njegov posao ključno strpljenje. Oboruzati se strpljenjem je, kako kaže, ključno. Njegov je savjet da ako vas netko nešto pita i treći put, odgovorite mu jednako ljubazno kao i prvi put, i to je ono što po njegovu mišljenju gosti cijene. Iako mu taj posao oduzima mnogo slobodnog vremena jer ponekad prođe i 400 kilometara u jednom danu, i kroz kratak razgovor s njime lako je zaključiti da on svoj posao naprosto obožava. Kao i njegovi kolege vjeruje u neprestano obrazovanje, a u onom na VERN'u također posebno ističe terensku nastavu koja mu je kako kaže bila korisna zbog stjecanja spoznaja o nekim manje poznatim, gotovo nekomercijalnim turističkim mjestima. Smatra se vrlo sretnim što je nakon završetka opće lingvistike, španjolskog jezika i književnosti na Filozofskom fakultetu, te informacijskih znanosti dobio stipendiju Europske unije

za dodatni master iz lingvistike na Sveučilištu u Ghentu u Belgiji. Kako onda turistički vodič?

„Posao turističkog vodiča privukao me prvenstveno zbog dobrog poznavanja jezika i ljubavi prema prenošenju znanja.

Svaki vodič je na neki način predavač. Ne onaj suhoparan, koji prenosi samo datume i podatke, već onaj koji zna pridobiti interes slušatelja zanimljivim pričama.“,

kaže Borna. U svoje četiri godine rada, s puno truda i ambicije, odradio je preko 200 gradskih razgleda i 40-ak višednevnih tura po regiji. Tečno govori engleski, španjolski i katalonski, a uči portugalski, te jedan dalekoistočni jezik, da malo „začini“ ponudu kako sam kaže. Osobni mu je cilj biti osoba koja svoj entuzijizam prenosi s osmijehom kakva god situacija bila. A bilo je svakakvih, kako kaže. Od znatiželjne starice koja sjedi iza vas i upada vam u riječ svakih par minuta,

gosta koji se dere jer nema papuču u hotelu, Kolumbijca koji je zapeo na bosanskohercegovačkoj granici jer nije izvadio vizu, pa do autobusa koji se nakrivio u stranu zbog nekoga bizarnog kvara... To su samo neka od Borninih vodičkih iskustava. „No, na kraju dana, ipak vas obuzme neki ponos kada vam gosti pristupe i pohvale vas za posao ili možda zabunom misle da ste završili povijest i zemljopis, a ne lingvistiku. Borna je počeo kao posrednik, a zatim se osamostalio u vlastitom obrtu. Sada radi kao vodič na području Grada Zagreba, a ima licence za Zagrebačku, Krapinsko-zagorsku i Ličko-senjsku županiju. Ponekad radi i po cijeloj Europi iako mu je primarno primanje stranih gostiju u Hrvatskoj. „Moj cilj je kao vodiča da svoje goste bar na tren prenesem u naš svijet, da vide kako je to živjeti u Hrvatskoj, kakvi su običaji, standardi života, koje su prepreke s kojima se susrećemo, a koje su prednosti.“

Prirodna komunikativnost, znatiželja i pristupačnost ono su što po mišljenju Nevena, Antice i Borne čine preduvjetu za ovaj posao. Ipak, njihov je primjer dokaz kako za svaki, tako i za ovaj, po nekima posao iz snova, zahtijeva specifičnu i kvalitetnu edukaciju, mnogo rada na sebi, neprestanog istraživanja i nadogradnje te veliku posvećenost i ljubav prema poslu kojim se bavimo.



Sveučilište VERN' vas poziva na
NOĆ ZNANJA '17.

Iskrenog trg 10 (im)
Petak, 15. ru

- Predavanje i debatna igra
prof. dr. sc. Igo
- Svemirska era
Ante Radonić
- Opravdava li cilj sredstvo?
dr. sc. Goran Selanec
- Pravo na život
prof. dr. sc. I
- Most između
prof. dr. sc. I
- Pod nož - potreba suvremenog čovjeka za stalnom promjenom identiteta
Zoran Ferić
- Kako je folk postao turbo
prof. am. I
- Slučaj Uber sharing et
dr. sc. Goran Selanec
- Porez na nekretnost
dr. sc. Goran Selanec
- Glasilo
dr. sc. Igo

VLAKR SU
Video informacije



..... Prva „Noć znanja“ na VERN’u

Sinergija znanosti i struke okupila više od 600 sudionika

Koliko ste se puta zapitali kako će izgledati budućnost ljudske vrste, hoće li ljudi preživjeti, i kako će izgledati svemirska era čovječanstva, ako se ljudska vrsta raširi po svemiru i kolonizira neke druge planete?

Piše: Vanja Koljan

Jesu li ljudi samo nečiji istraživački eksperiment i služimo li nekome za zabavu?

Može li predavač poželjeti bolji retorički šlagvort za izlaganje od vlastitog video-urataka nastalog u suradnji s Wellcome Trustom i BBC-om? Teško. A upravo je takav uvodni materijal prezentirao **dr. sc. Igor Rudan**, koji u suradnji s ovom britanskom istraživačkom ustanovom i jednom od najpoznatijih svjetskih medijskih kuća producira popularno-znanstvenu seriju „**Survival: The Story of Global Health**“. Temu svoga izlaganja ilustrirao je prvim poglavljem iz toga serijala pod nazivom „**How did we avoid extinction?**“, u kojemu je istaknuo da, iako ljudi vole pričati o pravdi i jednakosti, kada je riječ o preživljavanju na planeti, pravda i jednakost nisu koncepti na koje se možemo osloniti. Kada je goli opstanak u pitanju stvari funkcioniraju na bitno elementarnijoj razini - ili ćemo preživjeti ili nećemo. Uz ovakav uvod ne čudi da se za ovo izlaganje slobodno mjesto u dvorani tražilo povećalom. Iznimnom interesu javnosti za ovo predavanje svakako

Gotovo nevjerovatno zvuči činjenica da je moguće okupiti više od 600 posjetitelja na predavanjima znanstveno-popularne tematike, petkom navečer, nakon 19 sati, pa skoro do ponoći.

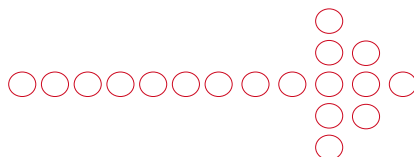
No, upravo se to dogodilo na prvoj „Noći znanja“ koja je 15. rujna održana povodom osnivanja Sveučilišta VERN'. Manifestacija osmišljena po uzoru na tradicionalna kulturno-zabavna društvena događanja koja su se već odavno etablirala u javnom prostoru, objedinila je teme poput preživljavanja ljudske vrste, turbo folka, arhitekture, gerila marketinga, promjene osobnog identiteta, svemira, Machiavellija, ekonomije dijeljenja, poreza na nekretnine i geopolitike.

Svoja razmišljanja o ovim i drugim temama s posjetiteljima su podijelili: član škotske akademije Royal Society of Edinburgh i profesor na Sveučilištu u Edinburghu **dr. sc. Igor Rudan** na temu „Preživljavanje: prošlost, sadašnjost i budućnost ljudske vrste“; ugledni dirigent i profesor na Glazbenoj akademiji **Mladen Tarbuk** na temu „Kako je folk postao turbo“; profesor na Arhitektonskom fakultetu **dr. sc. Idis Turato** na temu „Pravo na kreativnu pogrešku“; VERN'ova predavačica **dr. sc. Mirela Holy** na temu „Gerila marketing“; književnik **Zoran Ferić** na temu „Pod nož - potreba suvremenog čovjeka za stalnom promjenom identiteta“; **Ante Radonić** iz Tehničkog muzeja Zagreb na temu „Svemirska era čovječanstva“; **doc. dr. sc. Nino Raspudić** s Filozofskog fakulteta na machiavellijevsku temu „Opravdava li cilj sredstvo“; **dr. sc. Goran Selanec** iz Ureda pravobra-

niteljice za ravnopravnost spolova (danas sudac Ustavnog suda RH) na temu „Slučaj Uber - pravni aspekti sharing economy u EU“; **dr. sc. Sandra Švaljek** na temu „Porez na nekretnine“; dok je rektor Sveučilišta VERN' **Vlatko Cvrtila** govorio o „Novom svjetskom poretku“.

Iako su ugledna imena iz akademske i šire stručne zajednice te njihove teme od profesionalnog ili hobističkog interesa, koje su u to vrijeme itekako bile prisutne u javnom diskursu, privukle interes javnosti, razina njezine zainteresiranosti i interakcije s predavačima, sugerirala je da publika pozdravlja pokretanje ovakve jedinstvene manifestacije, čija je svrha razvijanje kritičkog mišljenja i popularizacija znanstveno-društvenog pristupa sagledavanju aktualnih tema čovječanstva.

Kao popratni program u okviru VERN'ove dokumentarne platforme FORUM.dok, na prvoj „Noći znanja“ održane su i projekcije triju dokumentarnih filmova, kao svojevrсни kroki društvenog i tehnološkog razvoja te postjugoslavenske kulture sjećanja: „**Tko bi rekao: fantazije umreženog svijeta**“, „**Web Junkie**“ i „**Trst, Jugoslavija**“. Slobodno vrijeme između predavanja i projekcija posjetitelji su kratili u obilasku VERN'a te u chillout zoni, uz zvuke saksofonskog kvarteta **SaKS** i gitarskog trija **Desfallaciendo**.





dr. sc. Igor Rudan



doc. dr. sc. Nino Raspudić

je doprinijela i činjenica da je dr. Rudan ugledni znanstvenik svjetskog kalibra, jedan od najuspješnijih i najcitiranijih hrvatskih znanstvenika u svijetu, s radovima objavljenim u prestižnim časopisima poput Lanceta i Naturea. Brojna je okupljena publika imalo prigodu uživati u izlaganju koje je obilovalo nekonvencionalnim promišljanjima i odgovorima na pitanje kako uz činjenicu da je više od 99 % oblika života na zemaljskoj kugli dosad već izumrlo, ljudska vrsta i dalje opstaje? I je li to što se dogodilo bilo pravedno prema tim vrstama koje više ne postoje?

Iako je dr. Rudan zaključke i otvorena pitanja iz filma prokomentirao s okupljenom publikom, ostalo je još mnogo prostora za razmišljanje, stoga izdvojimo neke od najzanimljivijih dvojbi koje su ostale visiti u zraku:

- Pored svih izumrlih vrsta, ljudska vrsta je među vrlo rijetkim preživjelima. Bismo li se trebali zbog toga osjećati ponosno? Ili bi cijeli naš planet zapravo mogao biti istraživački eksperiment koji je postavio netko višeg oblika inteligencije?

- Ili još gore, jesmo li možda čak i razvijeni samo za zabavu nekome iz nekog drugog univerzuma?

- Dosad smo preživjeli, ali kako ćemo se u budućnosti nositi s dugotrajnim neprijateljima naše vrste i povremenim šokovima, tzv. „selektivnim nevoljama“ poput udara meteora, erupcija vulkana, klimatskih promjena, tsunamija, itd. Ne mislimo li, u tom kontekstu, da bi nam za preživljavanje naše vrste

bilo bolje da više surađujemo, a manje se sukobljavamo?

- Tehnologija je naša velika prednost koju druge civilizacije nisu imale i njome bismo si zapravo trebali stvoriti prednost u preživljavanju.

- No, iako nisu imale tehnologiju, one su ipak izumrle - barem pet drugih vrsta ljudskih bića, ako ne i deset, možda i više. No, koja je to vještina nas održala na životu, dok su svi prije nas izumrli od gladi, hladnoće, ratovanja, prirodnih neprijatelja ili bolesti? Je li presudan bio oblik našega tijela, prsti na rukama, inteligencija, umijeće komuniciranja i suradnje, znatiželja? Nemojmo zanemariti da i danas postoje vrste koje imaju razvijenija osjetila i vještine od ljudi.

- Iako ne znamo jednoznačan odgovor na pitanje kako smo uspjeli preživjeti, ipak znamo da nam egzistencija na ovome planetu nije zajamčena. Ona može biti samo privremena i ograničena resursima koji su nam potrebni za preživljavanje, a to su: hrana, voda i zrak, odnosno kisik.

- Tehnološki razvoj omogućio nam je da donekle osiguramo dostatnost ovih resursa, iako niti oni nisu neograničeni. S daljnjim razvojem znanosti i medicine vjerojatno ćemo u budućnosti moći i živjeti dulje ili postati besmrtni. No, jamči li to opstojnost naše vrste? Je li dovoljno samo pobijediti smrt?

Da, dosad smo preživjeli, no još smo uvijek jako daleko od potpune sigurnosti, zaključio je dr. Rudan.

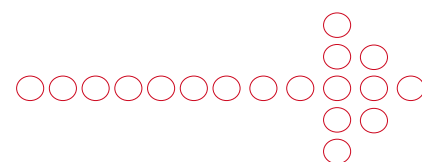
Može li cilj opravdati sredstvo?

19

Stolica se više tražila i na predavanju **doc. dr. sc. Nino Raspudića**, profesora Filozofskog fakulteta u Zagrebu, čiji je lajtmotiv bila knjiga **Vladar** (tal. *Il Principe*), Niccolò Machiavellija.

Riječ je jednoj od najpoznatijih, ako ne i najpoznatijoj političkoj knjizi uopće, koja i danas predstavlja manifest političkog realizma. Uz misao „opravdava li cilj sredstvo“, dr. Raspudić je opisao u kojim je okolnostima nastalo ovo djelo te ukratko elaborirao njegove glavne teze. Uz čitanje izabranih ulomaka o tehnologiji vladanja te uspostave i raspada vlasti, profesor Raspudić povukao je paralelu s povijesnim događanjima na hrvatskoj političkoj sceni, dok je publika u nekim trenucima zaista ostala zatečena izvedenim analogijama i činjenicom da se obrasci političkog ponašanja zapisani 1513. godine ponavljaju i u 21. stoljeću, kako na hrvatskoj tako i na međunarodnoj političkoj sceni.

Pitanje opravdava li cilj sredstvo stoga ostaje jednako intrigantno i moralno dvojbeno, kao i prije više od 500 godina. Očito ćemo o njemu morati diskutirati i na idućoj Noći znanja.



FAKE NEWS



..... Fenomen Fake News



Informacijska apokalipsa: lažne vijesti, alternativne činjenice i postčinjenična era

“Donald Trump ekskluzivno za Nedeljnik: Izvinjavam se Srbiji“, “WikiLeaks potvrdio da je Hillary prodavala oružje ISIS-u“, “Hitler živi na Kosovu i mrzi Srbe“, “Papa Franjo šokirao svijet, podržao Donalda Trumpa za predsjednika“, “Vođa ISIS-a pozvao američke muslimane da glasaju za Hillary Clinton“, “Kolinda Grabar-Kitarović u svojim govorima citirala riječi Ante Pavelića“... samo su neke od lažnih vijesti objavljenih u proteklih godinu dana u medijima, koje su zbog senzacionalističkih naslova imale čitanost koja se gotovo ne može usporediti s dosegom tradicionalnih medijskih formi.

Piše: Marija Slijepčević

Fenomen lažnih vijesti (**fake news**) ušao je na velika vrata u svjetske medije i globalnu javnost u jeku kampanje za američke predsjedničke izbore 2016. Iako nije nov, kako se možda činilo u svjetlu njegove tadašnje učestale upotrebe i čitavog niza srodnih kovanica (alternative facts, post-truth...), koje su pratile Trumpovu kampanju i prve dan predsjedničkog mandata, stekao je značajan publicitet i izazvao brojne rasprave u krugovima teoretičara medija. Ovaj termin, uz već spomenute srodne kovanice iz političko-medijskog vokabulara, na neki je način označio dolazak jedne nove ere političke komunikacije, a jedan od srodnih termina iz tog paketa - **post-truth**, zbog rasprostranjenosti upotrebe i konotacija koje sa sobom nosi, proglašen je i riječju 2016. godine prema izboru Oxford Dictionaryja.

Iz današnje perspektive, moglo bi se reći da se zbog učestalog korištenja i višeznačnosti termina fake news, možda izgubilo iz vida najvažnije značenje samoga pojma, a to je namjerno, manipulativno širenje neistina u propagandne svrhe. Teoretičari se bore dokazati da u lažne vijesti ne spadaju one koje izražavanju medijsku pristranost određenom cilju, senzacionalizam ili (ne)namjerni novinarski ili urednički propusti u medijima. Prijašnje značenje pojma lažnih vijesti, jer on dakako nije „od jučer“, jest u

satiri - u vijestima koje su namjerno i očito lažne kako bi kroz humor obradile određeni, najčešće, politički događaj. Ljudi su prirodno skloni humoru i brojna istraživanja pokazuju da na temelju izrugivanja pojedinim političkim akcijama, ljudi bolje razumiju kontekst, čak i ako je „lažna vijest“, odnosno satira bila jedini izvor informiranja o toj temi.

PROBLEM NEPREPOZNAVANJA LAŽI U MEDIJIMA

Prilično je jasno da počinje nova medijska era i to iz najočitijeg razloga. Medijski biznis do sada je bio ekskluzivan i u svakom slučaju jako „skup sport“. Trošak redakcije, produkcije medijskog sadržaja i distribucije, nerijetko je dosegao milijunske iznose. Pribroje li se tome skupi iznosi naknada za emitiranje i koncesije, jasno je da su se medijima u poslovnom smislu mogli baviti samo imućni pojedinci ili organizacije. Internet je promijenio medijsku scenu i mogućnost pristupa publici, omogućivši da inicijalne ulaznice na medijsko tržište ne budu nikad jeftinije - uz malo informatičkih znanja, svatko može pokrenuti online „medij“ i izraziti svoje mišljenje. U obilju informacijskih sadržaja i ponude, postalo je teško razlikovati „prave“ od „krivih“ izvora, a ljudi postaju sve nezainteresiraniji otkud

sadržaj dolazi. Tako tradicionalni mediji više ne mogu dokazati da oni rade „pravi posao“, a ostali ne. Novinarstvo je na koljenima jer nove potrošače zanima informacija, a ne izvor te informacije. Uostalom, povjerenje u medije nije nikada bilo niže, tako da se ljudi i namjerno okreću od tradicionalnih k alternativnim izvorima. Ono što je marketing davno dokazao; ljudi više vjeruju preporukama prijatelja i kontakata na društvenim mrežama nego ostalim izvorima. Odnosno, važnije je TKO je podijelio informaciju, nego tko je izvor/autor te informacije. To je i razlog porastu širenja lažnih vijesti, ljudi nisu kritični prema sadržajima koje dijele osobe koje oni smatraju vjerodostojnima.

NAJPOZNATIJI PRIMJERI LAŽNIH VIJESTI

Aktualizacija i modernizacija značenja termina lažnih vijesti došla je do izražaja s američkim predsjedničkim izborima 2016. Analizom najpoznatijih stranica za provjeru informacija (fact-checking) mjeren je utjecaj 156 lažnih vijesti na temu izbora. Čak 115 tih vijesti bile su pro-Trump orijentirane i podijeljene na Facebooku 30 milijuna puta, a 41 pro-Clinton lažnih priča podijeljeno je „samo“ 7,6 milijuna puta. Analize pokazuju da je samo jedan lažni članak, prema analizi



dijeljenja na Facebooku, imao učinak 36 plaćenih TV kampanja. Tih 40-ak milijuna dijeljenja lažne priče dovelo je do 760 milijuna klikanja i čitanja tih priča (oko tri lažne priče po odraslom Amerikancu).

Ove lažne vijesti „proslavile“ su **Veles**, mali industrijski grad u Makedoniji, jer su kreatori većine lažnih priča koje su kolale globalnim medijskim kuloarima, u vrijeme američkih izbora bili makedonski tinejdžeri. Fenomen je narastao do tolikih razmjera da su vesleski srednjoškolci postali uzor u svojoj zajednici zbog količine novca koji su zaradili na temelju velike posjećenosti web stranica koje su kreirali, a makedonski mediji bili su puni upita inozemnih kolega kako da dođu do intervjua s golobradim kreatorima. O njima su pisali CNN, BBC, NY Times, Wired (The Macedonian Teens Who Mastered Fake News), a pokrenuli su preko sto stranica s lažnim vijestima. U jednom danu znali su zaraditi i preko 16.000 dolara, zbog čega su postali „zvijezde“ (gradonačelnik im je javno čestitao, jer se nisu službeno bavili kriminalom i drogom, po čemu je Veles također poznat). Tako je makedonski industrijski gradić, nepopularno poznat kao drugi najzagađeniji grad na kontinentu, prozvan „**Fake News Factory**“ gradom.

ZAŠTO SU LAŽNE VIJESTI OPASNE

Tko ih širi? Makedonci tvrde da je ekipa od 20-ak tinejdžera bila uglavnom slabo obrazovana (neki su zbog zarade odmah napustili školu) te uglavnom nisu govorili engleski jezik. Postavlja se pitanje, otkud makedonskim tinejdžerima, koji slabo govore engleski vještine i znanja za pokretanja internetskih stranica koje će imati milijunski doseg u SAD-u te osmišljavanja i pisanja informiranih političkih priča na engleskom jeziku. Jesu li baš 16-godišnjaci mastermindovi tih operacija? Stručnjaci smatraju da su ih orkestrirale određene interesne skupine. Tu već ulazimo u sferu informacijskog ratovanja kao dijela

modernog hibridnog rata, što je ipak tema za neki drugi tekst...

Medijski stručnjaci manje razvijenih zemalja naglašavaju da (lažni) mediji izvještavaju o lažnim prosvjedima, lažnim infrastrukturnim projektima, lažnim organizacijama, sudionici su im lažni stručnjaci... Političarima je lakše izmisliti rezultate nego nešto zaista napraviti. A proizvodnja lažnih vijesti neusporedivo je jeftinija od prave medijske produkcije. Potrebna je samo mašta i/ili slušanje instrukcija naručitelja lažnih vijesti.

GDJE JE HRVATSKA

Mi smo još u začecima, naše lažne vijesti (koje bi možda bilo preciznije nazvati comedy news) na razini su humora. **Newsbar** na Facebooku prati oko 200 tisuća ljudi, a osim TV emisije, pokrenuli su i vlastiti TV kanal. Hrvati vole humor, može i na svoj račun. U svakom slučaju, stanje u Hrvatskoj još nije alarmantno jer smo se i u teorijskom smislu zadržali na prapočecima fenomena lažnih vijesti (proizvodnji u zabavne svrhe, jasno označenoj kao satirični/izmišljeni sadržaj).

Za potrebe konferencije „**Fake news, fact-checking & Media Law**“, koja je u rujnu održana u Skopju, uz sudjelovanje predstavnika 10 država, napravljeno je istraživanje za Country report Croatia u području razmjera, (su)dionika i učinaka dezinformacija u Hrvatskoj. U izvještaju je istaknuto kako u hrvatskoj medijskoj legislativi nije poznat termin lažnih vijesti i još nije integrirana nikakva odredba koja bi ih sankcionirala. Agenciji za elektroničke medije do sada nije nikada došla pritužba građana za lažnu vijest u medijima. Autorica je kontaktirala 18 najvećih hrvatskih redakcija kako bi s urednicima provjerila njihov stav o lažnim vijestima u njihovim, ali i ostalim, redakcijama. 56 % urednika izjavilo je da ne smatra količinu lažnih vijesti i dezinformiranja u Hrvatskoj alarmantno visokom, a dodatnih 16 % nije moglo procijeniti je li alarmantna ili nije. Glavnim dionicima dezinformiranja u Hrvatskoj smatraju

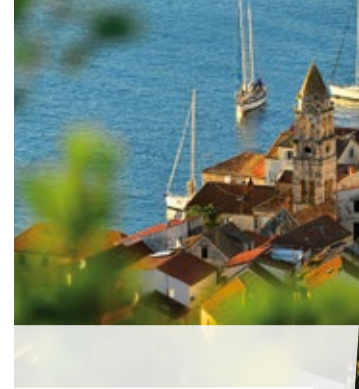
se PR-ovci i politički sektor (88 %). Urednici su, između ostalog, trebali navesti primjere lažnih vijesti koje su zapazili ove godine u hrvatskim medijima. Ravno 50 % ih je izjavilo da ne mogu navesti primjere, a primjeri koji su navedeni, mahom su bili primjeri pristranosti ili novinarskih pogrešaka, a ne ciljano lažnih vijesti, u svjetlu u kojemu ih se danas promatra.

RJEŠENJE ZA KRAJ

Za ovu jesen povjerenica Europske komisije za digitalno gospodarstvo i društvo **Mariya Gabriel** najavila je osnivanje ekspertne skupine za lažne vijesti koja bi pomogla u kreiranju zakonskih prijedloga za sprečavanje internetske propagande. Nakon američkih predsjedničkih izbora te štete koje je dezinformiranje nanijelo postupku referendumu oko izlaska Velike Britanije iz Europske unije, europski čelnici boje se učinaka propagande i lažnih vijesti na predstojećim nacionalnim izborima. Njemačka je ove godine donijela vlastiti zakon koji obvezuje društvene mreže da uklone ilegalni sadržaj poput govora mržnje. Važan alat borbe protiv lažnih vijesti su sve rasprostranjeniji mediji za provjeru informacija, ali njihovoj reputaciji su također doskočili, kao i tradicionalnim medijima koje ne mogu kontrolirati. Tako u Mađarskoj postoji „fake fact-checking“ servis u vlasništvu političke stranke Fidez, a oni sigurno nisu jedini koji diskriminiraju ovakve pokušaje otkrivanja istinitih informacija.

U budućnosti se očekuju zakoni na EU razini, a do tada, spas je jedino u medijskoj i digitalnoj pismenosti, kritičnosti i znatiželji. Ipak, ne treba zanemariti činjenicu da će ljudi uvijek širiti lažne vijesti jer kvalitetno novinarstvo nije nikada u povijesti uspjelo privući niti približno toliko publiku koliko senzacionalističko („žuto“) novinarstvo, koje je danas dobilo brata blizanca u formi lažnih vijesti i lažnih medija.

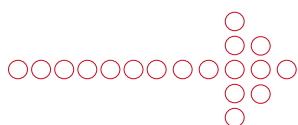




..... Znanstvena konferencija



Mediterranean Islands



Conference Vol. 2

Područje Mediterana moguće je promatrati kroz različite aspekte njegove jedinstvene multidimenzionalnosti - kroz bogato povijesno i kulturno naslijeđe ove kolijevke europske kulture, turističke potencijale mediteranskih zemalja ili društvene i gospodarske izazove i prilike za razvoj, no, na pitanje što zapravo znači „živjeti Mediteran“ u današnjem svijetu, neke od odgovora pokušat će dati drugo izdanje Mediterranean Islands Conference, koje će se u rujnu 2018. održati na Visu.



Prva međunarodna znanstvena konferencija **Mediterranean Islands Conference (MIC - Vis)**, održana u rujnu 2016. u VERN'ovom sveučilišnom centru na otoku Visu, okupila je sedamdesetak znanstvenika iz deset zemalja Europe i svijeta. Ova multidisciplinarna konferencija koju su zajednički organizirali Institut društvenih znanosti **Ivo Pilar** i **Veučilište VERN'** pokušala je kroz niz tematskih izlaganja ponuditi odgovore na brojna pitanja održivog razvoja mediteranskih otoka. Konferencija je između ostalog rezultirala i pokretanjem biblioteke **Mediterranean Issues**, čija prva knjiga **Imagining Mediterranean: Challenges and Perspectives**, u kojoj se uz **Pilar** i **VERN'** kao suizdavači pojavljuju i **Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti** i **Euro Mediterranean Academic Network (EMAN)**, sadrži 37 najuspjelijih radova s konferencije.

Dobri odjeci prve konferencije bili su više nego prikladna uvertira za najavu održavanja druge konferencije - „MIC-Vis, 2018.“. Predstavljanje novoga izdanja ove biijenalne konferencije pod nazivom „**Živjeti Mediteran**“, održano je 14. studenoga na Marulićevom trgu u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar.

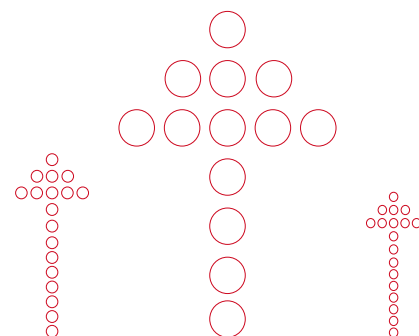
O Mediteranu kao prostoru ispreplitanja kulturnih, znanstvenih, umjetničkih i političkih silnica, s naglaskom na promišljanje o tome što zapravo znači živjeti Mediteran, na predstavljanju su govorili: **akademik Pavao Rudan**, glavni tajnik HAZU-a; **prof. dr. sc. Slobodan Prosperov Novak**, povjesničar hrvatske književnosti, komparativist i teatrolog te **Ivo Radića**, gradonačelnik grada Visa.

Drugu međunarodnu znanstvenu konferenciju „MIC - Vis, 2018.“ najavila je i predstavila i **dr. sc. Ozana Ramljak**, članica programsko-organizacijskog odbora i voditeljica VERN'ova studija Filmskog, televizijskog i multi-medijskog oblikovanja:

„Nakon uspješno održane i u stručnoj javnosti odlično prihvaćene prve međunarodne znanstvene konferencije MIC - Vis 2016, upravo objavljujemo poziv za radove za drugu konferenciju. MIC-Vis 2018 održat će se na Visu od 19. do 22. rujna 2018. i očekujemo da će okupiti veliki broj različitih stručnjaka iz cijelog svijeta, koji će predstaviti svoje radove i pokušati predložiti nova rješenja za glavne izazove s kojima se susreću mediteranski otoci.“

Izrazita multidisciplinarnost konferencije plod je želje da se fenomenu Mediterana pristupi na cjelovit i sveobuhvatan način te da se znanstvenim promišljanjima unutar zaista širokog spektra različitih tematskih područja potaknu novi pristupi glavnim izazovima s kojima se suočavaju mediteranski otoci i predložiti nova rješenja kroz brainstorming, raspravu i znanstvena istraživanja.

Sudeći po interesu koji već mnogi iskazuju, vjerujemo u njezin uspjeh, a osobito mi je drago da se događa upravo na Visu koji se na ovaj način uspostavlja ne samo kao prostor bogate povijesti, začudne baštine, perspektivnog turizma, već i kao referentna točka iz koje se na, do ovog trenutka, jedinstven način, promišlja cijeli Mediteran.“



VERN

Upgrade



Veleučilište VERN objavljuje upise za novu generaciju studenata diplomskih studija s početkom u ožujku 2018.:

DIPLOMSKI STUDIJI

- IT menadžment
- Menadžment održivog razvoja turizma
- Poduzetnički menadžment
- Računovodstvo i financije
- Upravljanje ljudskim potencijalima
- Upravljanje poslovnim komunikacijama

Detaljne informacije na (01) 48 81 832 i (01) 48 81 833
www.vern.hr